

**КОМУНІКАТИВНА СТРАТЕГІЯ ЗАПИТУ ІНФОРМАЦІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ІНТЕРВ'Ю**

*У статті проаналізовано суть поняття "комунікативна стратегія", визначено її характерні властивості, окреслено лінгвістичні та екстралінгвістичні передумови виникнення стратегій.*

*Обґрунтовано кореляцію понять "комунікативна стратегія", "комунікативна тактика", "комунікативний хід", окреслено фактори, що опосередковують виникнення стратегій – мотив та інтенція. Здійснено спробу виділити стратегії, властиві жанру англomовного інтерв'ю, проведено дослідження тактик реалізації комунікативної стратегії запиту інформації як однієї із головних стратегій жанру інтерв'ю. Серед тактичного потенціалу стратегії отримання інформації вирізняються наступні: тактики прямого, непрямого, другорядного, провокативного запитання; тактики підказки, коментування авторитетної думки, пом'якшення запитання, уточнення, верифікації та компліменту адресату.*

**Ключові слова:** комунікативна взаємодія, комунікативна тактика, комунікативний хід, мотив, інтенція, верифікація, комплімент.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасного суспільства з його тяжінням до антропоцентризму все більшої ваги набуває інтелектуальна лабільність мовної особистості, що допомагає їй адаптуватися до умов життя, що швидко змінюються. Гнучкість у плануванні та застосуванні власної стратегічної програми дій є головною передумовою у досягненні успіху індивідом та отриманні ним необхідної інформації. Саме тому аналіз стратегій, що застосовуються мовцем у процесі комунікації, та способи їх реалізації становлять **актуальність нашого дослідження.**

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Лінгвістичні розвідки останніх років демонструють значну зацікавленість когорта мовознавців питаннями тактико-стратегічного потенціалу мовлення. Однак проведені дослідження стосуються, головним чином, теоретичних аспектів поняття "комунікативної стратегії" (Сорокіна 2009), дослідження комунікативних стратегій і тактик російського мовлення (Іссерс 2008), жанру політичного інтерв'ю (Серажим 2004), аксіологічних стратегій ток-шоу (Крижановська 2009), комунікативних стратегій і тактик німецького мовознавчого дискурсу (Галицька 2009), дискурсивних стратегій кооперативної та конфліктної взаємодії в інтерв'ю (Красноперова 2005) тощо. Однак, питання реалізації комунікативної стратегії запиту інформації в англomовному інтерв'ю не отримало належного висвітлення.

**Метою дослідження** є аналіз реалізації комунікативної стратегії запиту інформації в англomовному інтерв'ю. Досягнення цієї мети передбачає вирішення наступних **завдань**: розкрити суть поняття "комунікативна стратегія"; проаналізувати кореляцію понять "комунікативна стратегія", "комунікативна тактика", "комунікативний хід"; дослідити передумови виникнення комунікативних стратегій; виокремити тактики реалізації комунікативної стратегії запиту інформації англomовного інтерв'ю.

**Матеріалом дослідження** є тексти інтерв'ю англomовних газет The New York Times, Arizona Daily Star, The Guardian, The Sun, The Observer, The Financial Times, The Independent та фрагменти відеоінтерв'ю шоу з Ларі Кінгом CNN LARRY KING LIVE за 2010-2014 роки.

**Викладення основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Діалогічність як одна з характерних ознак інтерв'ю передбачає взаємодію комунікантів, що може здійснюватися на вербальному та невербальному рівнях. Аналіз комунікативної взаємодії співрозмовників переконливо підтверджує існування та реалізацію ними певної стратегічної програми, що підпорядковується загальній меті здійснення комунікації.

Можна виокремити наступні визначення комунікативної (мовленнєвої, дискурсивної) стратегії: "спосіб прогнозування ходу комунікації, що розрахований на досягнення комунікативно-прагматичної цілі мовця" [1: 18]; "сукупність заздалегідь запланованих мовцем теоретичних ходів, що реалізуються в комунікативному акті й спрямовані на досягнення комунікативної цілі" [2: 17]; "вибір комунікативних намірів, розподіл квантів інформації за комунікативними складниками і вибір порядку поєднання комунікативних складників у реченні" [3: 38].

Ван Дейк обстоює думку, що стратегія – "характеристика когнітивного плану спілкування, яка контролює оптимальне вирішення системи завдань гнучким і локально керованим способом за умов недостатності інформації про відповідні (подальші) дії інших учасників комунікації або про локальні контекстуальні обмеження власних подальших дій" [4: 274]. Дане визначення дає можливість простежити характерні властивості стратегій: гнучкість у коректуванні подальших комунікативних ходів

як окремих кроків, етапів досягнення стратегії, підпорядкування засобів реалізації стратегій загальному комунікативному наміру, свободу мовця у виборі домінуючої стратегії.

У даному дослідженні ми послуговуємося точкою зору О. С. Іссерс, яка вважає, що під *комунікативною стратегією* варто розуміти комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної цілі. О. С. Іссерс наголошує на певних передумовах виникнення стратегій і групує їх наступним чином:

1) *комунікативні передумови*, серед яких особливої уваги заслуговують: а) варіативність (корекція) мовленнєвої поведінки, що проявляється в застосуванні різних комунікативних ходів; б) недотримання мовцями принципу кооперації Грайса, що проявляється у намаганні мовців нав'язати свою думку, переслідуючи власні інтереси;

2) *когнітивні передумови*, що передбачають здійснення впливу на адресата, у ході якого відбувається зміна когнітивної моделі світу останнього;

3) *лінгвістичні передумови*, що пов'язані з необхідністю ретельного відбору мовних засобів усіх рівнів з метою досягнення поставлених завдань;

4) *соціальні та психологічні передумови*, що проявляються у дотриманні певних соціальних конвенцій та врахуванні психологічних особливостей особистості, наслідком чого може стати використання непрямих мовленнєвих актів у якості мовленнєвих стратегій і тактик;

5) *риторичні передумови*, що покликані оптимізувати процес спілкування з метою вирішення проблеми ефективності комунікації;

6) *естетичні передумови*, що полягають в отриманні естетичної насолоди від володіння технікою непрямой комунікації, яка передбачає закладення адресантом і декодування адресатом імпліцитних смислів [5: 51-54].

Отже будь-яка стратегія передбачає ретельне планування впливу на адресата та прогнозування його наслідків з метою подальшої корекції власних дій.

На думку Т. С. Янко вибір комунікативної стратегії передбачає врахування наступних факторів:

- висунення глобальної мовленнєвої інтенції;
- відбір тих компонентів семантики речення та екстралінгвістичної конситуації, що відповідають модифікуючим комунікативним значенням;
- визначення тема-рематичного навантаження;
- співвіднесення квантів інформації про ситуацію із ментальними станами мовців та фактором емпатії;
- встановлення порядку викладу тема-рематичних складників;
- налаштування комунікативної структури речення на певний комунікативний режим, стиль та жанр [3: 38].

Зазначені фактори переконливо доводять, що комунікативна інтенція відіграє домінуючу роль у виборі стратегії, однак остання опосередковується також екстралінгвальними чинниками.

Поняття "комунікативна стратегія" тісно взаємопов'язане з поняттями "тактика" і "комунікативний хід".

Зазначеним поняттям притаманна певна ієрархічність: комунікативна стратегія мислиться як одиниця більш глобального рівня, своєрідний план дії мовця, що реалізується за допомогою тактик, що виступають у якості локальних дій; комунікативні ходи постають одиницями найнижчого рівня, своєрідними засобами реалізації плану, "маніфестацією комунікативних тактик" [6: 74].

Комунікативна взаємодія мовців базується, передусім, на мовленнєвому обміні комунікативними ходами симетричного чи асиметричного характеру. Про симетричність мовленнєвого обміну можна говорити у випадку, якщо ініціюючий та реагуючий комунікативні ходи співпадають за формою вираження (привітання-привітання, запитання-контрзапитання), в протилежному випадку маємо справу з асиметричним мовленнєвим обміном (питання-відповідь). Комунікативний хід може виражатися паралінгвістичними (невербальними) засобами, що становить його головну відмінність від мовленнєвого акту. Ще одна відмінність полягає у можливості комунікативного акту бути вираженням декількох мовленнєвих актів різної функціональної спрямованості. Услід за Штирською обстоюємо думку, що "комунікативний хід є вербальною або невербальною дією одного з учасників, мінімальним значущим елементом, що розвиває взаємодію, просуває спілкування з метою досягнення загальної комунікативної мети" [7: 46-48]. Як діалогічна єдність запитань і відповідей, англomовне інтерв'ю тяжіє до переважання асиметричного мовленнєвого обміну, симетричні комунікативні ходи є властивими етапам ініціації та завершення розмови, під час яких відбувається обмін етикетними формулами вітання або прощання.

Визначальною характеристикою будь-якої мовленнєвої діяльності є її вмотивованість. Мотив є неусвідомленим бажанням [5: 103], що керує поведінкою людини і опосередковує інтенцію, тобто "осмислений намір мовця" [8: 605]. Мовленнєва дія перетворюється на стратегію, коли в ній закладений інтерпретаційний смисл [5: 103], що найповніше реалізується в рамках інтеракції комунікантів, яка обумовлена соціальними нормами спілкування. Таким чином, стратегія стає "частиною соціальної компетенції мовців" [7: 50]. Осмислений характер інтенції сприяє оформленню останньої у вербальну форму, що уможливує побудову стратегічного плану дії мовця. Однак кожен із мовців, вступаючи у

комунікативну взаємодію, керується власними цілями, що зазнають принаймні часткового переосмислення у ході розгортання комунікативної ситуації мовлення. Таке пристосування або й зміна цілей комунікантів яскраво ілюструються в ході усного інтерв'ю, в той час як його друковані та електронні аналоги подають інформацію, пропущену крізь призму свідомості та стратегічну програму інтерпретації автора. С. В. Ключев припускає, що реалізація тактико-стратегічного потенціалу озброює мовця комунікативним досвідом, що може бути використаний ним у ході подальшого планування діяльності [2: 19].

Дискусійним та невирішеним залишається питання класифікації комунікативних стратегій. О. С. Іссерс запропонувала поділити усі стратегії на головні (семантичні, когнітивні) та допоміжні. Основними визнаються стратегії, завдяки яким вплив на адресата та його систему цінностей є найбільш значущим. Допоміжні стратегії спрямовані на підтримання ефективного діалогу, забезпечення оптимального впливу на співрозмовника. Серед допоміжних стратегій розрізняють прагматичні (комунікативно-ситуаційні), до яких зараховують стратегії, пов'язані з учасниками комунікативного процесу (стратегії самопрезентації, статусні та рольові стратегії); діалогічні, що опосередковані бажанням здійснення контролю над ситуацією та риторичні, що пов'язані із застосуванням прийомів ораторського мистецтва [5: 106-109].

Аналізуючи форми діалогічної взаємодії у форматі теледискусії, ток-шоу та інтерв'ю, Вернер Кальмайер виділяє особливу групу стратегій індивідуальної поведінки – своєрідну конформістську поведінку індивіда, який демонстративно слідує встановленим нормам, водночас іронізуючи над їх справжньою сутністю [8: 606].

Типи стратегій прийнято виділяти на основі типів комунікативної взаємодії, серед яких розрізняють:

- *комунікативну кооперацію* (співробітництво), що базується на узгодженості дій, "комунікативному пристосуванні" стратегічних програм співрозмовників;
- *комунікативний конфлікт* (когнітивний дисонанс), що має місце при асиметричності, дисбалансі стратегічних програм комунікантів;
- *комунікативне суперництво*, що проявляється в намаганні продемонструвати власну перевагу і може перерости в комунікативний конфлікт.

Залежно від мети спілкування О. О. Селіванова поділяє усі стратегії на кооперативні, конфліктогенні та маніпулятивні [9: 603-608]. Реінтерпретувавши дану класифікацію, К. Серажим пропонує власну таксономію інтерв'ю за типом комунікативної стратегії: 1) діалог – з'ясування, пояснення; 2) діалог – суперечка, дискусія; 3) діалог – унісон [10: 48].

Зі свого боку вважаємо доцільним у проведенні таксономії комунікативних стратегій послуговуватися критерієм належності аналізованого фрагменту мовленнєвої взаємодії до певного типу дискурсу. В інтерв'ю інтеракція відбувається в рамках інституційного дискурсу, учасники якого вступають в адресантно-адресатні відносини ІНТЕРВ'ЮЕР (ведучий) – ІНТЕРВ'ЮЙОВАНИЙ (респондент, експерт з досліджуваного питання). Зважаючи на належність інтерв'ю до групи інформаційно-аналітичних жанрів, вважаємо, що метою такої взаємодії є, насамперед, заповнення інформаційної лакуни та репрезентація особистості адресата. Саме тому основними в даному жанрі визнаємо стратегії запиту і отримання інформації (у термінах Г. Г. Почепцова) та репрезентаційну стратегії.

До стратегії запиту інформації вдається інтерв'юер, мета якого поповнити власну матрицю знань про респондента чи ліквідувати прогалини знань аудиторії. Найчастіше така стратегія має характер комунікативного співробітництва, атмосфера якого налаштовує на подальше ведення діалогу. Серед тактик даної стратегії вважаємо доцільним виділити наступні:

- тактика прямого запитання: *Are you a Republican? What sort of childhood did the two of you have in Rye, N.Y.?* [11];
- тактика прихованого (непрямого) запитання: *Marlon Brando told me that one of the problems is when you get very well known is they [people]are observing you* [12];
- тактика провокативного запитання: *Do you still perform shirtless? Were you nervous about turning 50?* [13];
- тактика другорядного (несуттєвого) запитання, що має на меті створити довірливу атмосферу невимушеності та/чи закласти підґрунтя для переходу до більш неприємних для співрозмовника тем: *Why are you wearing a cowboy hat in this photograph? You're a bit of a myth builder yourself* [11];
- тактика компліменту адресату: *As a filmmaker whose documentaries include "Why We Fight" and "The Trials of Henry Kissinger", you are known for being evenhanded, which makes you something of an anomaly. Who ever imagined that editorial neutrality would one day be seen as a challenge to the status quo?* [11];
- тактика верифікації, метою якої найчастіше є підтвердження уже відомої адресанту інформації з подальшим розлогим коментарем респондента стосовно прихованих деталей: *Is it true that you're reuniting with the original Dio members?* [13];
- тактика уточнення, що найчастіше виражається питанням-"підхопленням" інформації, презентованої адресатом: 1) *DEPP: No. I'm just not very good at it, you know. Never have been very good at it. KING: Why not?* 2) *KING: They wanted to fire you from "Pirates"?* *DEPP: Yes. KING: Because?*[12];

– тактика отримання інформації, розкриття поглядів адресата шляхом коментування ним 1) свої власної думки: Q: *In a recent issue of the Buddhist magazine Tricycle, the actor Spalding Gray asked you about your dreams, and you said you sometimes dreamt of women fighting* [13]; 2) або авторитетної думки: *Critics say that by creating a billion-dollar foundation devoted to deficit reduction, you're getting a tax break, thereby increasing the deficit. Wouldn't the country be better off if you just paid full taxes on that money?* [14];

– тактика пом'якшення запитання, що має на меті зняття напруги з адресата при наданні ним відповіді: Q: *Do you ever experience rages? Even Jesus had rages* [15];

– тактика підказки, що передбачає розгортання розмови у потрібному для інтерв'юера руслі чи націлена на демонстрацію інтерв'юером підтримки життєвих поглядів та цінностей адресата: *Your new documentary, "Reagan", which makes its premiere on HBO on Feb. 7 in honor of the president's 100th birthday, includes some wonderful footage of Reagan as a small-town lifeguard, a handsome figure in his swimming trunks who happened to be severely nearsighted. Did you intend that as some kind of metaphor? – That's exactly right* [11].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** А. Станкевич-Шевченко зауважує, що стратегічного звучання можуть набувати не лише репліки комунікантів. Так, у газетному інтерв'ю реалізація стратегії репрезентації, що виконує атрактивну функцію, може досягатися засобами структурно-композиційної будови [16: 134-136]. Дослідження зазначених засобів, їх графіко-стилістичної організації та оцінного потенціалу і становитиме **перспективу подальших досліджень**.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Алексеева Т. А. Стратегия порицания в межличностной коммуникации : бинарная оппозиция "родитель-ребенок" / Т. А. Алексеева // Мовні і концептуальні картини світу : наукове видання : [збірник] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Б-ка Ін-ту філології. – Київ, 2013. – Вип. 46, ч. 1. – С. 17–25.
2. Ключев Е. В. Речевая коммуникация : [учебное пособие для университетов и институтов] / Е. В. Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с. – (Психологический бестселлер).
3. Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т. Е. Янко. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 384 с.
4. Ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Б. : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
5. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [изд. 5-е]. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
6. Ярошевська М. О. Комунікативні стратегії і тактики у жанрі французького ток-шоу : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.05 / М. О. Ярошевська. – К., 2012. – 231 с.
7. Штырева Светлана Викторовна. Прагмалингвистическая характеристика интервью : на материале французской прессы : дисс. ... канд. филол. : 10.02.05 / Светлана Викторовна Штырева. – Москва, 2006. – 163 с.
8. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми : [підручник] / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
9. Язык средств массовой информации : [учебное пособие для вузов] / [под ред. М. Н. Володиной]. – М. : Академический проект ; Альма Матер, 2008. – 760 с.
10. Серажим К. С. Интерв'ю з політиком як типовий жанр актуалізації сучасного політичного дискурсу / К. С. Серажим // Українське журналістознавство. – К., 2004. – С. 43–51.
11. Deborah Solomon. The Reagan Evolution [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://my-nytimes.appspot.com/www.nytimes.com/2011/02/06/magazine/06FOB-Q4-t.html?ref=topics>.
12. CNN – Larry King Special [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://johnny-depp.org/2011/10/16/larry-king-special-interview/>.
13. Cathalena E. Burch. Def Leppard returns after 13 years [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://tucson.com/entertainment/music/def-leppard-returns-after-years/article\\_93b67195-a063-5ad0-a49f-d5cf9ee51f53.html](http://tucson.com/entertainment/music/def-leppard-returns-after-years/article_93b67195-a063-5ad0-a49f-d5cf9ee51f53.html).
14. Deborah Solomon. Attention : Deficit [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com/2010/11/28/magazine/28fob-Q4.html?ref=questionsfor&OperaStable\Shell\Open\Command>.
15. Claudia Dreifus. New York Times Interview with the Dalai Lama [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sacred-texts.com/bud/tib/nytimes.htm>.
16. Станкевич-Шевченко А. Комунікативні стратегії інтерв'ю / А. Станкевич-Шевченко // Стиль і текст : [наукове видання] / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. – Київ, 2005. – Вип. 6. – С. 132–142

### REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Alekseeva T. A. Strategiya porikaniya v mezlichnostnoy kommunikatsii : binarnaya oppozitsiya "roditel-rebenok" [Strategy of Reproof in the Interpersonal Communication : Binary "Parent-Child" opposition] / T. A. Alekseeva // Movni i kontseptualni kartyny svitu [Language and Conceptual World Pictures] : [naukove vydannya] : [zbirnyk] / Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka, B-ka In-tu filologiyi. – Kyiv, 2013. – Vyp. 46, ch. 1. – S. 17–25.
2. Klyuev E. V. Rechevaya kommunikatsiya [Speech Communication] : [uchebnoe posobie dlya universitetov i institutov]. – M. : Ripol Klassik, 2002. – 320 s. – (Psikhologicheskii bestseller).
3. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi [Communicative Strategies and Tactics of the Russian Speech]. – [izd. 5-e]. – M. : Izdatelstvo LKI, 2008. – 288 s.

4. van Deyk T. A. Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya [Language. Perception. Communication] / T. A. van Deyk. – B. : BGK im. I. A. Boduena de Kurtene, 2000. – 308 s.
5. Yanko T. E. Kommunikativnye strategii russkoy rechi [Communicative Strategies of the Russian Speech]. – M. : Yazyki slavyanskoy kultury, 2001. – 384 s.
6. Yaroshevska M. O. Kommunikativni strategiyi i taktyky u zhanri frantsuzskogo tok-shou [Communicative Strategies and Tactics in the Genre of French Studio-Discussion] : dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.05. – K., 2012. – 231 s.
7. Shtyriova Svetlana Viktorovna. Pragmalingvisticheskaya kharakteristika interv'yū : na materiale frantsuzskoy pressy [Pragmalinguistic Characteristics of the Interview: on the Basis of French Periodicals and Newspapers] : diss. ... kand. filol. nauk : 10.02.05 / Svetlana Viktorovna Shtyriova. – Moskva, 2006. – 163 s.
8. Selivanova O. O. Suchasna lingvistyka : napryamy ta problemy [Modern Linguistics : Trends and Problems] : [pidruchnyk] / Olena Oleksandrivna Selivanova. – Poltava : Dovkillya-K, 2008. – 712 s.
9. Yazyk sredstv massovoy informatsii [Mass Media Language] : [uchebnoe posobie dlya vuzov] / pod red. M. N. Volodinoy. – M. : Akademicheskiiy proekt ; Alma Mater, 2008. – 760 s.
10. Serazhim K. S. Interv'yū z politykom yak typovyy zhanr aktualizatsiyi suchasnogo politychnogo diskursu [Interview with a Politician as a Typical Genre of the Modern Political Discourse Actualization] / K. S. Serazhim // Ukrayinske zhurnalistykozhnavstvo [Ukrainian Journalistic Studies]. – K., 2004. – S. 43–51.
11. Deborah Solomon. The Reagan Evolution [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://my-nytimes.appspot.com/www.nytimes.com/2011/02/06/magazine/06FOB-Q4-t.html?ref=topics>.
12. CNN – Larry King Special [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://johnny-depp.org/2011/10/16/larry-king-special-interview/>.
13. Cathalena E. Burch. Def Leppard returns after 13 years [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : [http://tucson.com/entertainment/music/def-leppard-returns-after-years/article\\_93b67195-a063-5ad0-a49f-d5cf9ee51f53.html](http://tucson.com/entertainment/music/def-leppard-returns-after-years/article_93b67195-a063-5ad0-a49f-d5cf9ee51f53.html).
14. Deborah Solomon. Attention : Deficit [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.nytimes.com/2010/11/28/magazine/28fob-Q4.html?ref=questionsfor&OperaStable\Shell\Open\Command>.
15. Claudia Dreifus. New York Times Interview with the Dalai Lama [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.sacred-texts.com/bud/tib/nytimes.htm>.
16. Stankevych-Shevchenko A. Kommunikativni strategiyi interv'yū [Communicative Strategies of the Interview] // Styl' i tekst [Style and Text] : [naukove vydannya] / Kyivskyy natsionalnyy universytet im. Tarasa Shevchenka. In-t zhurnalistyky. – Kyiv, 2005. – Vyp. 6. – S. 132–142.

Матеріал надійшов до редакції 04.03. 2015 р.

**Кузьменко Е. Ю. Коммуникативная стратегия запроса информации в англоязычном интервью.**

*В статье анализируется понятие "коммуникативная стратегия", определяются её характерные черты и предпосылки возникновения. Проводится корреляция понятий "стратегия", "тактика", "ход", называются факторы, опосредующие возникновение стратегии – мотив и интенция. Одной из главных коммуникативных стратегий жанра англоязычного интервью называется стратегия запроса информации, реализуемая в тактиках прямого, непрямого, второстепенного, провокативного вопросов, тактиках подсказки, комментирования авторитетного мнения, смягчения вопроса, уточнения, верификации и комплимента адресату.*

**Ключевые слова:** коммуникативное взаимодействие, коммуникативная тактика, коммуникативный ход, мотив, интенция, верификация, комплимент.

**Kuz'menko E. Yu. Communicative Strategy of Asking for Information in the English Interview.**

*The concept of "communicative strategy" is analyzed, its peculiarities and conditions of genesis are described. The correlation of concepts "strategy", "tactics", "conversational turn" is made, motive and intention are treated as mediating factors of the communicative strategy. The strategy of asking for information is defined to be one of the most important communicative strategies of the English interview. It is actualized in the tactics of direct, indirect, non-essential, provocative questions, tactics of prompting, authoritative opinion commenting, question liberalization, specification, verification and compliment to the addressee.*

**Key words:** communicative interaction, communicative tactics, conversational turn, motive, intention, verification, compliment.